

The 3rd National Conference **Faculty of Economics** **Towards a New Indonesia** **Business Architecture**

Striving for Global Crises:
Multidisciplinary Perspectives

Editor:

Herlina Yoka Roida, M.Com

Diyah Tulipa, M.M.

Veronika Rachmawati, M.Si.

S, Patricia Febrina D, S.E.



Diselenggarakan oleh
Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala
Surabaya - Indonesia

PROCEEDING

The 3rd National Conference Faculty of Economics

Towards a New Indonesia Business Architecture

Sub Theme: Striving for Global Crises: Multidisciplinary Perspectives

Sabtu, 10 Oktober 2009

Auditorium Gedung Agustinus 301

Kampus Dinoyo Universitas Katolik Widya Mandala

Surabaya – Indonesia

Editor:

Herlina Yoka Roida, M.Com

Diyah Tulipa, M.M.

Veronika Rachmawati, M.Si.

S, Patricia Febrina D, S.E.

Desain Cover: Hafidz

Tata Letak: Fawaz Faqih

©

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Diterbitkan pertama kali oleh

FE UKWMS PRESS

Surabaya, Nopember 2009

ISSN : 1978 - 6522

DAFTAR ISI

Daftar Isi	iii
Kata Pengantar	xi
 BAB I	
KRISIS GLOBAL & KINERJA SAHAM	1
Pengujian Efek Hari Perdagangan Dan Bulan Terhadap Return Saham Individual Sektor Transportasi (AK7)	
<i>Dolly A. Prameswari & Purwanto Widodo</i>	3
Analisis Hubungan Indeks Harga Saham Gabungan Jakarta, Singapura, Cina Dan Amerika Serikat (Studi Empiris Oktober 2008 - Maret 2009) (AK13)	
<i>Ardi Hamzah</i>	21
Analisis Kinerja Keuangan Dan Kinerja Saham Perusahaan Bersertifikat Iso (Studi Empiris Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia) (AK15)	
<i>Artika Rahma Sari & Doddy Setiawan</i>	34
Hubungan Antara <i>Economic Value Added (Eva)</i> , <i>Investment Opportunity Set (Ios)</i> Dengan <i>Stock Returns</i> Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (AK16)	
<i>Ronny Irawan</i>	63
 BAB II	
RISIKO KRISIS EKONOMI & MANAJEMEN	
INSTITUSI KEUANGAN	79
Sinergi Perbankan Dan Pasar Modal: Arsitektur Sistem Bisnis Keuangan Yang Ideal Sebagai Solusi Mengurangi Risiko Krisis Ekonomi (AK1)	
<i>Sawidji Widioatmodjo</i>	81
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketidاكلancaran Pengembalian Kredit Pada Nasabah Bank Mandiri Cbc Jakarta Thamrin (AK2)	
<i>Agus Zaenal Arif & Ade Nurachmat</i>	96

Keterkaitan Bank Monitoring Dan Kebijakan Dividen Dalam Prespektif <i>Corporate Government</i> (AK10)	116
<i>Rahmat Setiawan</i>	
Risiko Kredit Dan Informasi: Penetapan Besarnya Suku Bunga Penjaminan Oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) (AK18)	136
<i>Alvirido A Siswanto, Herlina Y. Roida & N. Agus Sunarjanto</i>	
Bank Monitoring dan Kebijakan Pendanaan Perusahaan-Perusahaan di Indonesia (AK11)	162
<i>Rahmat Setiawan</i>	
Obligasi Syariah Mudharabah, Tantangan, Permasalahan Dan Perkembangan Pembiayaan Syariah Dimasa Mendatang (AK14)	182
<i>Toto Warsoko Pikir</i>	
Analisis Struktur Modal Perusahaan Di Indonesia: <i>Trade-Off Theory</i> <i>Versus Pecking Order Theory</i> (AK12)	198
<i>Rahmat Setiawan</i>	
BAB III	
KRISIS EKONOMI, ENTREPRENEURSHIP, & PEREKONOMIAN INDONESIA	219
Implikasi Krisis Keuangan Global Terhadap Perekonomian Indonesia (IE5)	221
<i>Biana Adha Inapty</i>	
Analisis Pertumbuhan Dan Kontribusi Dana Bagi Hasil Terhadap Pendapatan Daerah (Studi Pada Kabupaten/Kota Se Jawa-Bali) (IE8)	238
<i>Wahyuni & Priyo Hari Adi</i>	
Peran <i>Entrepreneurship</i> Dalam Perekonomian: Sebuah Kajian Literatur (IE2)	258
<i>Winarto & I Putu Agung S.</i>	
Pengaruh Budaya Kelompok Peminjam Terhadap Repayment Rate Dan Efektivitas Program Keuangan Mikro Swadaya Masyarakat (Studi Kasus P2kp Di Jawa Timur) (IE4)	270
<i>Sebastiana Viphindartini</i>	
Hubungan Antara Dana Alokasi Umum, Belanja Modal Dan Kualitas Pembangunan Manusia (IE7)	203
<i>Fbino Andrea Christy & Priyo Hari Adi</i>	

Membangun Dan Memiliki Entrepreneur Spirit Sangat Potensi Untuk Pengentas Kemiskinan (Studi Kasus Partisipasi Masyarakat Dalam Upaya Mengentas Kemiskinan Di Kota Surabaya) (IE9) <i>J.E. Sutanto</i>	311
BAB IV	
KRISIS KEUANGAN GLOBAL & AKUNTANSI	327
Perspektif Akuntansi Manajemen : <i>Value Added</i> Dan <i>Non Value Added Activity</i> Pada Pengembangan Strategi Bersaing Industri Kecil Dan Menengah Pasca Krisis Global (AK3) <i>Nanang Shonhadji & Djuwito</i>	329
Karakteristik Perusahaan Dan <i>Good Corporate Governance (Gcg)</i> Terhadap Kinerja Pada Perusahaan Induk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) (AK8) <i>Purwanto Widodo</i>	344
Akuntansi Sebagai Ilmu: Tinjauan Ontologi, Aksiologi, Dan Epistemologi (AK17) <i>T. Winda Mulia</i>	362
<i>Need Assesments</i> : Standar Akuntansi Carbon Dan Praktik <i>Carbonaccounting</i> (AK19) <i>Muhammad Ja'far S & Lisa Kartikasari</i>	397
Apakah Auditor Akan Bisa Memperkecil Praktik Manajemen Laba? Sebuah Pengujian Empiris (AK5) <i>Erna Widiastuty</i>	416
Krisis Keuangan Global Ditinjau Dari Prespektif Akuntansi (<i>Fair Value Accounting</i>) (AK9) <i>Biana Adha Inapty</i>	441
Pengaruh <i>Audit Partner</i> Dan <i>Audit Firm Tenure</i> Terhadap Manajemen Laba Pada Industri Pertambangan (AK20) <i>Ariston Esa</i>	467
Pengaruh Kualitas Auditor Dan <i>Proxy Going Concern</i> Terhadap Opini Auditor (AK21) <i>Lisa Kartikasari & Riya Wardita AR</i>	474

BAB V

KEUNGGULAN BERSAING & MANAJEMEN

SUMBER DAYA MANUSIA

Aplikasi Model Faktor-R Untuk Mengevaluasi Kesiapan Individu Dan Organisasi Menghadapi Perubahan Transformasional (SO5)

Ningky Sasanti Munir

493

495

Pengaruh Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Organisasi Yang Dimediasi Pemberdayaan (Studi Pada Perhotelan di Yogyakarta) (SO6)

Winarno

511

Manajemen Sumber Daya Manusia, Perannya Dalam Keunggulan Bersaing (SO9)

Indriatmini Noegroho

526

Kepemimpinan, Motivasi, Kepuasan Anggota Dan Kinerja "KUD" (SO2)

Arief Subyantoro

538

Pengaruh Keadilan Interaksional Teman Sekerja Dan Penyelia Terhadap Kepuasan Kerja (SO7)

Yohana Mega P.S., C. Marlina Junaedi, & P. Julius F. Nagel

551

Pengaruh Komitmen Organisasional, Komitmen Profesional Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Akuntan Publik (SO8)

Adi Hastomo & Yulius K. Susanto

570

Hubungan *Job Involvement & Organizational Climate For Service Climate* terhadap *Costumer Oriented - Organizational Citizenship Behavior* (SO10)

Dian Aristia, C. Marlina Junaedi, & Julius Runtu

580

Bullying At Workplace Mempengaruhi Tingkat *Turnover* Karyawan (SO3)

Farida Elmi, Erna Wahyuningsih, & Putri Saraswati

602

BAB VI

STRATEGI BERTAHAN, TEKNOLOGI & SISTEM

Current Application Systems Analysis And Information System Projects Planning Using New Information Economics Method (Case Study: Pt. Maxgain International Futures) (MOSS1)

613

<i>Hudiarto, Winlinda, Inge, & Anita Puspita</i>	615
Analisis Kebutuhan Informasi Pengadaan Barang Pt. Suntex (MOSS3)	
<i>Suparto Darudiato, Erynowati, Haliati, & Lenny Diana Fitri</i>	637
Niat Menggunakan Layanan Berbasis Teknologi: Efek Moderasi <i>Tecnology Readlines, Need For Interaction, & Situational Factors</i> (MOSS5)	
<i>C. Marlina Junaedi & Lilen I. Darsono</i>	650
BAB VII	
STRATEGI BERTAHAN, MANAJEMEN PEMASARAN & RITEL	681
Hubungan Antara Persepsi Dan Kepuasan Nasabah Mengenai <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank Dengan Loyalitas Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pada Industri Perbankan Di Wilayah Jakarta (PR1)	
<i>Dyah Nirmala</i>	683
Pengaruh <i>Cognition</i> Dan <i>Personality</i> Terhadap Niat Pembelian Secara Online Dengan <i>Attitude</i> Sebagai Variabel Mediasi (PR3)	
<i>Henny Hariyanto, C. Marlina Junaedi, & V. Rachmawati</i>	700
TQM dan ISO 9000:2000 Dalam Pelayanan Kesehatan Vs <i>Malcom Baldrige National Quality Award</i> (Mbnqa) (PR5)	
<i>Ch. Esti Susanti</i>	734
<i>In Indonesia: A Study Of Its Strengths And Weaknesses</i> (PR4)	
<i>Ch. Whidya Utami</i>	757
<i>Prior Experience</i> dan <i>Product Knowledge</i> Sebagai Variabel Antecedent Sebuah <i>Model Switching Behavior</i> Pada Pasar Motor Dengan <i>Retailer Search</i> Sebagai Variabel Intervening (PR6)	
<i>Veronika Rachmawati</i>	779
Pengaruh Faktor-Faktor <i>Technology Acceptance Model, Shopping Orientation</i> Dan <i>Consumer Innovaness</i> Terhadap Niat Perilaku Pada Online Retailer (PR7)	
<i>Lidya Ari Widyarini</i>	813

ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI PENGADAAN BARANG PT. SUNTEX

Supacto Darudianto

Erynowati

Haliati

Lenny Diana Fitri

Jurusan Sistem Informasi

Fakultas Ilmu Komputer

Binus University

Email: supartod@binus.edu

Abstrak

PT. SUNTEX merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri tekstil. Perusahaan ini selalu mengutamakan kualitas produk hasil produksi yang akan dipasarkan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Untuk mendukung hasil produksinya, perusahaan ini membutuhkan bahan baku yang berkualitas baik. Masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah belum efektif dan efisiennya sistem pengadaan barang yang sedang berjalan di perusahaan. Metode yang digunakan untuk menganalisis sistem informasi yang berjalan digunakan analisis strategi eksternal dan internal perusahaan berupa lima kekuatan Porter dan SWOT.

Kata kunci : Informasi, Masalah, Pengadaan

PENDAHULUAN

Latar belakang

Dengan persaingan yang semakin ketat, maka kebutuhan informasi yang cepat dan akurat menjadi suatu kebutuhan yang mutlak dan sangat berharga. Dengan kemampuan penyajian informasi yang cepat dan akurat diyakini merupakan salah satu faktor yang membuat perusahaan lebih unggul

dari perusahaan lain. Keunggulan ini dikarenakan oleh pengambilan keputusan yang tepat dan akurat dari para eksekutif perusahaan.

Dalam membuat keputusan, para eksekutif membutuhkan informasi yang disajikan dengan jelas, mudah dimengerti, dan sesuai dengan kebutuhan. Untuk mendukung penyajian informasi seperti itu dibutuhkan *database* yang berisi data yang telah diolah dan dianalisis sesuai dengan kebutuhan pengambilan keputusan.

PT. Sutex merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri tekstil, didirikan tanggal 17 Oktober 1984. Tiga produk utama dari perusahaan ini adalah kain *springbed* (*Mattrass Ticking*), kain gorden (*Mattrass Curtain*), dan kain sofa (*Upbelstry*). Selain ketiga produk utama tersebut, perusahaan juga menerima berbagai pesanan (*job order*) seperti taplak meja, bahan baku untuk pakaian jadi maupun produk tekstil lainnya. Perusahaan saat ini tercatat sebagai *pemasok* utama dari perusahaan-perusahaan besar penghasil *springbed*, sofa serta desain interior ternama. Sejak tahun 1992, hasil produksi telah memasuki pangsa pasar Singapura, Malaysia, Hongkong dan Perancis.

Dengan penjualan yang semakin meningkat dan pemasaran yang semakin luas, perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya agar dapat terus bersaing dan meraih pangsa pasar yang lebih luas lagi. Salah satu cara untuk mencapai hal tersebut adalah dengan cara menjaga bahkan meningkatkan mutu bahan baku dan mencari harga yang terbaik untuk perusahaan.

Identifikasi Masalah

Agar tujuan penelitian sesuai dengan yang diharapkan, yaitu menghasilkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, maka dua hal utama yang menjadi prioritas dalam penelitian adalah :

- Dalam proses pengadaan barang, apakah perusahaan mempunyai banyak pilihan pemasok?
- Apakah harga yang didapat oleh bagian pembelian merupakan harga yang murah dan barang yang bermutu baik?

LANDASAN TEORI

1. *Procurement*

Pada dasarnya *procurement* merupakan cara untuk mendapatkan barang yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan secara efektif dan efisien. Seperti yang disampaikan oleh Kalakota dan Robinson (2004, p56) *Procurement* mengacu pada semua aktivitas yang melibatkan kegiatan mendapatkan barang-barang dari pemasok, hal ini meliputi pembelian dan juga kegiatan logistik ke dalam seperti transportasi, barang masuk, dan penyimpanan di gudang sebelum barang tersebut digunakan.

Untuk mendapatkan barang sesuai dengan kebutuhan baik dari sisi mutu, hatta maupun dari sisi waktu, perlu dilakukan koordinasi untuk semua bagian yang terlibat. Hal ini juga di sampaikan oleh Turban et al (2004, p231), *procurement management* adalah koordinasi semua aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan pembelian barang-barang dan jasa-jasa yang dibutuhkan untuk melengkapi misi organisasi.

Procurement bukan sekedar aktifitas pengadaan barang saja, tetapi juga menyangkut informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi pengadaan barang yang meliputi, persiapan pemesanan barang, pencarian pemasok, pemilihan pemasok sampai saat melakukan pemesanan barang. Seperti yang dikatakan oleh Turban Et al (2004, p231), perusahaan-perusahaan menggunakan metode-metode yang berbeda untuk memperoleh barang-barang dan jasa-jasa bergantung pada apa dan dimana mereka membeli, jumlah yang dibutuhkan dan berapa jumlah uang yang terpakai.

2. Logistik

Didalam proses pengadaan barang, diperlukan sebuah proses yang mampu mengatur pergerakan dan penyimpanan material, hal ini biasa disebut dengan Logistik. Seperti yang disampaikan oleh Christopher (1998, p2) Logistik adalah proses strategis dalam mendukung *procurement*, pergerakan dan penyimpanan material, bagian dan inventori (dan aliran informasi yang berhubungan) melalui organisasi dan jalur marketingnya, dengan cara tertentu yang berguna untuk memaksimalkan keuntungan.

Sedangkan dalam organisasi, bagian logistik merupakan sebuah bagian yang menjaga keseimbangan ketika melakukan pembelian, pemindahan dan penyimpanan barang melalui organisasi dan jaringannya dengan cara tertentu sehingga keuntungan dapat dimaksimalkan baik untuk jangka waktu

sekarang maupun di waktu mendatang melalui pemenuhan pesanan dengan biaya yang efektif.

3. Pembelian

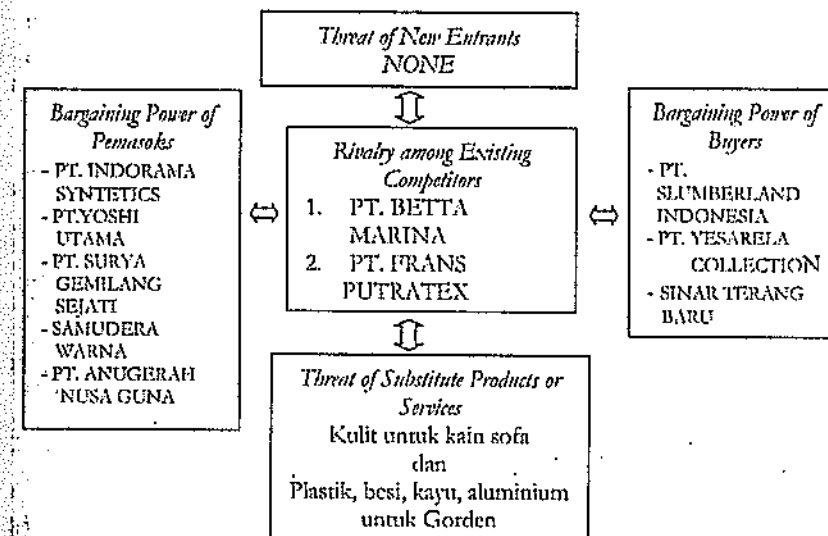
Berdasarkan pendapat Indrajit (2005, p4), pembelian menggambarkan proses membeli, mempelajari kebutuhan, lokasi dan pemilihan pemasok, negosiasi harga dan kondisi lainnya, serta mengkonfirmasi untuk memastikan pengiriman.

Berdasarkan pendapat Indrajit (2005, p22), dikatakan bahwa fungsi dan proses pembelian meliputi, Pengenalan kebutuhan, Penentuan kebutuhan, Pemilihan sumber pembelian, Penentuan harga, Penempatan pesanan, Penindaklanjutan pesanan, Pengangkutan barang, Pencatatan pembelian, Pemeliharaan hubungan dengan pemasok, Pembinaan pemasok, Pengendalian mutu dan Analisis mutu.

Mencari dan memilih pemasok atau yang disebut mencari sumber pembelian merupakan kegiatan yang penting dalam pembelian. Kegiatan ini tidak hanya meliputi mencari dan memilih siapa pemasoknya tetapi juga berapa jumlah pemasok yang diperlukan. Untuk mendukung aktifitas ini ada beberapa sumber informasi yang secara umum digunakan, antara lain dari pengalaman, katalog, jurnal perdagangan, pameran atau konvensi dagang, meminta penawaran, melalui tender, *internet*.

4. Analisis Porter

Kotler (2002, p248) mengatakan ada lima kekuatan yang menentukan daya tarik laba jangka panjang intrinsik dari suatu pasar atau segmen pasar. Lima kekuatan tersebut adalah pesaing industri, pendatang potensial, substitusi pembeli, dan pemasok. Ke lima kekuatan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Model 5 kekuatan Porter

Threat of New Entrants

Untuk masuk ke industri tekstil kain sofa, matras dan gorden, harus memiliki modal yang sangat besar. Selain itu bahan baku sulit didapatkan di pasar lokal. Sehingga sampai saat ini belum ditemukan pendatang baru yang menjadi ancaman buat perusahaan.

Bargaining Power of Pemasoks

Kekuatan penawaran yang dimiliki perusahaan terhadap pemasok tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan yang sejenis di Indonesia tidaklah banyak, sehingga pemasok selalu menjaga dan memenuhi kebutuhan kualitas sesuai dengan keinginan dari perusahaan.

Bargaining Power of Buyers

Kekuatan tawar menawar perusahaan terhadap pelanggan cukup tinggi, hal ini disebabkan karena sedikitnya perusahaan yang bergerak di bidang sejenis dan mutu produk dari perusahaan dinilai bagus oleh banyak pelanggan.

Threat of Substitute Products or Services

Ancaman dari produk pengganti bisa dikatakan sedang, karena untuk produk *Gorden*, konsumen secara umum lebih menggemari produk dari

bahan kain dibanding produk dari bahan plastik, aluminium, kayu, dan besi. Maka dapat disimpulkan bahwa ancaman substitusi Gorden terhadap kain Gorden adalah rendah. Sedangkan untuk kain Sofa, bahan kulit memiliki kelebihan mudah dibersihkan dan tahan air sehingga pelanggan mulai beralih pada bahan kulit. Dengan demikian, ancaman substitusi kain sofa adalah tinggi.

Rivalry among Existing Competitors

Tingkat persaingan sangat ketat, dikarenakan semua pelaku bisnis tekstil bersaing dalam menciptakan *design* produk yang unik untuk memenuhi kebutuhan pasar, sehingga PT. Suntex perlu untuk melakukan inovasi dalam *design* produknya sehingga dapat bersaing dengan para competitor.

5. Analisis SWOT

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang ada di lingkungan internal serta peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang ada di lingkungan eksternal. Analisis kekuatan dan kelemahan yang ada di lingkungan internal terutama ditujukan terhadap faktor keberhasilan kunci (*Key Success Factor*). Jadi dengan analisis ini diharapkan akan diperoleh cara untuk mengembangkan dan memanfaatkan kekuatan serta menopang atau mengurangi kelemahan dengan maksud untuk memanfaatkan peluang dan mengurangi ancaman. Pada tabel 1 dapat dilihat matrik SWOT PT. Suntex. Setelah digambarkan SWOT, langkah berikutnya adalah menggambarkan matrik internal-eksternal.

Tabel 1
Matrik SWOT PT. Suntex

Internal Eksternal	STRENGTHS (S) 1. Kualitas produk yang baik 2. Memiliki kebijakan <i>incentive</i> dan pinalti 3. Memiliki SDM bagian produksi yang berpengalaman	WEAKNESSES (W) 1. Diversifikasi <i>design</i> produk 2. Siklus pengadaan bahan baku
	OPPORTUNITIES (O) 1. Selera pasar yang terus berubah 2. Kualitas Bahan dari <i>Pemasok</i>	STRATEGI WO 1. Menciptakan inovasi baru terhadap produk (W1, O1) 2. Menerapkan sistem yang mengatur pengadaan bahan baku (W2, O2)
	THREATS (T) 1. Substitusi kain sofa 2. Nilai tukar mata uang Rupiah dan <i>Dollar US</i>	STRATEGI ST 1. Meningkatkan mutu dan <i>design</i> produk (S1, T1) 2. Menerapkan kebijakan <i>multi-currency</i> (S1, T2)
		STRATEGI WT 1. Melatih karyawan dalam <i>mendesign</i> produk (W1, T1) 2. Memastikan kebutuhan bahan baku (W2, T2)

Matrik Internal – Eksternal matrik merupakan proses mengidentifikasi faktor – faktor strategis internal maupun eksternal yang mempengaruhi kegiatan perusahaan. Hasil dari nilai yang didapat kemudian dimasukkan ke dalam matriks Internal – Eksternal, untuk melihat strategi yang tepat untuk diterapkan. Tabel 2 merupakan matrik yang menggambarkan eksternal dan tabel 3 adalah matrik internal.

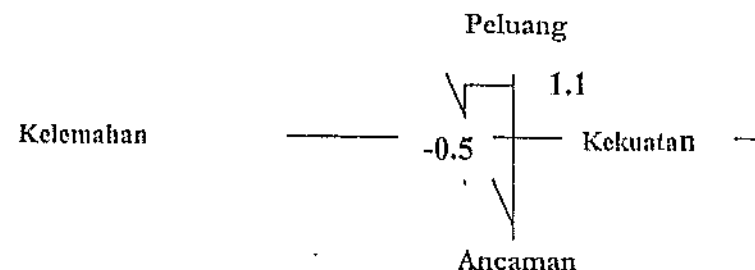
Tabel 2
Matrik Eksterna (EFAS) PT. Sutex

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot * Rating
Peluang			
1. Sclera pasar yang terus berubah	03	3	0.9
2. Kualitas Bahan dari Pemasok	03	4	1.2
Total Peluang			2.1
Ancaman			
1. Substitusi kain sofa	0.2	3	0.6
2. Nilai tukar mata uang Rupiah dan Dollar US	0.2	2	0.4
Total Ancaman			1.0
Total EFAS	1.0		1.1

Tabel 3
Matrik Internal (IFAS) PT. Sutex

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot * Rating
Kekuatan			
1. Kualitas produk yang baik	0.3	2	0.6
2. Memiliki kebijakan <i>incentive</i> dan Pinalti	0.1	1	0.1
3. Memiliki SDM bagian produksi yang berpengalaman	0.2	2	0.4
Total Kekuatan			1.1
Kelemahan			
1. Diversifikasi <i>design</i> produk	0.1	4	0.4
2. Siklus pengadaan bahan baku	0.3	4	1.2
Total Kelemahan			1.6
Total IFAS	1.0		- 0.5

Berdasarkan matrik EFAS-IFAS (table 2 dan table 3), akan dicari strategi yang akan dijalankan pada perusahaan dengan cara menggambarkan matriks *space* seperti pada gambar 2.



Gambar 2
Matriks *Space* PT. Sutex

Berdasarkan analisis matriks *space* di atas dapat dikatakan perusahaan ini menghadapi peluang pasar yang impresif tetapi dikendalikan oleh kelemahan – kelemahan *intern*.

6. Proses Bisnis Sistem Informasi Pengadaan Bahan Baku yang Berjalan

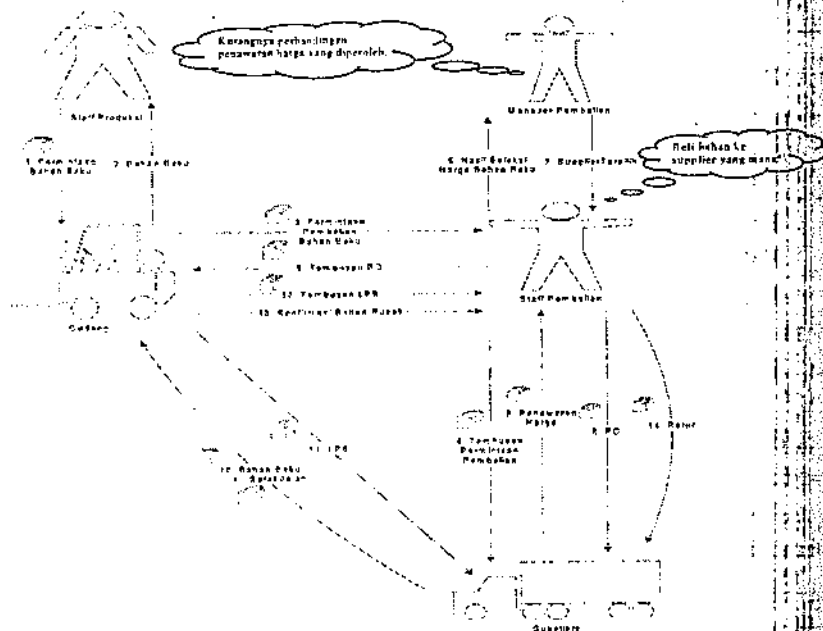
Proses bisnis pengadaan bahan baku yang dilakukan oleh PT. Sutex saat ini (lihat Gambar 3) adalah sebagai berikut;

Jika membutuhkan bahan baku untuk keperluan proses produksi, staff produksi akan meminta ke bagian gudang. Apabila bahan baku tersedia, maka bagian gudang akan langsung memberikannya kepada staff produksi, kemudian mengurangi jumlah stok yang tersedia.

Jika stok mendekati minimum, maka bagian gudang akan memberitahukan kepada staff pembelian bahwa stok mendekati minimum. Staff pembelian akan mencari *pemasok* yang akan memberikan penawaran yang sesuai terhadap bahan baku yang dibutuhkan perusahaan, dengan cara menelepon satu-persatu *pemasok* yang ada. *Pemasok* akan merespon dengan mengirimkan daftar harga penawaran ke staff pembelian. Staff pembelian akan menyerahkan beberapa daftar harga yang telah diseleksi terlebih dahulu dan menyerahkannya ke manajer pembelian untuk diseleksi

kembali daftar harga yang paling cocok. Setelah dipilih, staff pembelian akan membuat *purchase order* rangkap tiga, dimana rangkap kedua akan diserahkan ke gudang dan rangkap ketiga akan disimpan oleh staff pembelian. *Purchase Order* asli akan dikirimkan ke *pemasok*.

Bagian gudang akan melakukan penerimaan barang dengan melakukan pengecekan terlebih dahulu. Bagian gudang akan membuatkan Laporan Penerimaan Barang rangkap tiga, yang asli akan diberikan kepada *pemasok*, rangkap kedua akan diberikan ke staff pembelian dan rangkap ketiga untuk disimpan bagian gudang. Jika ternyata ada ketidaksesuaian bahan baku yang diterima maka bagian gudang akan menolak bahan baku tersebut. Selanjutnya bagian gudang akan membuat retur rangkap tiga. Lembaran retur yang asli diserahkan ke *pemasok*, rangkap kedua untuk staff pembelian dan rangkap ketiga untuk arsip bagian gudang.



Gambar 3
Rich Picture Sistem Berjalan PT. SUNTEX

PEMBAHASAN

1. Analisis Masalah dan Kebutuhan informasi

Melihat pada analisis SWOT dan proses bisnis yang berjalan, maka dapat disusun analisis terhadap kebutuhan informasi seperti yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4
Analisis Kebutuhan Informasi PT. Suntex

Tujuan	Strategi	Masalah	Kebutuhan Informasi
Mempertahankan keberadaan PT. SUNTEX di dunia tekstil	Menciptakan inovasi baru terhadap produk	- Design produk yang kurang bervariasi (CSF : <i>Design</i> produk)	- Kualitas benang, hasil QC <i>Quality Control</i> (CSF : mutu produk) - Analisis kebutuhan pasar, analisis <i>trend</i> (CSF : <i>design</i> produk) - Analisis kepuasan pelanggan (CSF : pelayanan) - Kinerja SDM (CSF : SDM)- Pemasok yang bisa diajak bekerja sama dan bisa dipercaya, pemasok baru (CSF : Pemasok bahan baku) - Analisis pesaing (CSF : Harga jual produk)
Menunjang siklus pengadaan menjadi lebih efektif	Menerapkan sistem yang mengatur pengadaan bahan baku	- Kurangnya Pengetahuan SDM tentang sistem pengadaan yang efektif (CSF : SDM) - Lambatnya proses seleksi pemasok yang memberikan penawaran (CSF : Pemasok bahan baku)	- Informasi pelatihan, informasi jenjang pendidikan (CSF : SDM) - Analisis pemasok, informasi retur pembelian (CSF : Pemasok bahan baku) - Informasi jumlah stok, analisis pemasok (CSF : Kesiambungan proses pengadaan)

Meningkatkan arus informasi antara PT. SUNTEX dengan para pemasok bahan baku	Menerapkan sistem yang mengatur pengadaan bahan baku	- Pertukaran informasi yang lambat (CSF : Hubungan komunitas)	- Informasi staff yang mengelola arus informasi (CSF : SDAD) - Daftar pemasok yang telah menerapkan teknologi internet (CSF : Hubungan komunitas) - Informasi <i>update</i> dan pemasok (CSF : Pemasok bahan)
--	--	---	---

2. Usulan Pemecahan Masalah

Perusahaan memiliki keinginan untuk menerapkan teknologi informasi yang dapat mengatur proses pengadaan bahan baku menjadi lebih efektif dan efisien. Perusahaan dapat menerapkan konsep *e-procurement*, dengan konsep ini perusahaan dapat mengundang *pemasok* yang tertarik untuk bekerja sama dalam pemenuhan kebutuhan bahan baku perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan mendapatkan perbandingan penawaran harga yang cukup dalam waktu yang tidak lewat dari *deadline*. Tentunya pemilihan *pemasok* akan jatuh pada *pemasok* yang memenuhi kriteria yang ditentukan oleh perusahaan yaitu harga yang bersaing dan kualitas bahan baku yang baik.

Konsep *e-procurement* ini akan direalisasikan dengan dibuatnya web *e-procurement*. Web *e-procurement* membantu perusahaan untuk dengan mudah menentukan *pemasok* yang terbaik dan dapat menjalin hubungan yang lebih baik dengan para *pemasok*. Dengan web *e-procurement* ini, proses pengadaan bahan baku yang berupa pembelian bahan baku ke *pemasok* dapat lebih cepat, dan siklus *procurement* juga menjadi lebih cepat, sehingga menghemat waktu dan menekan biaya.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

- Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu :
- PT. Suntex, berada diposisi yang cukup kuat dibanding dengan pesaing, pemasok dan pelanggannya.

- Strategi dari PT. Suntex, jatuh pada kwadran Kelemahan – Peluang (WO).

- Berdasarkan analisis kebutuhan informasi dan masalah, terlihat dibutuhkannya sebuah sistem informasi pengadaan (*procurement*).

2. Saran

Untuk mengatasi masalah yang ada dan tercapainya strategi dan tujuan dari perusahaan, disarankan menerapkan sebuah sistem informasi yang terkomputerisasi berbasis Web. Dengan memperhatikan:

- Melakukan analisis dan perancangan secara efektif dan efisien dengan pendekatan berorientasi object.
- Dukungan sepenuhnya dari pihak *management* perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrami, Ali.(2001). *Object-Oriented Systems Development: using the unified modeling language*. McGraw-Hill, Singapore.
- Chaffey, Dave. (2004). *E-Business and E-Commerce Management : Strategy, Implementation, and practice*. New Jersey : Prentice Hall.
- Christopher, Martin. (1998). *Logistic and Supply Chain Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Indrajit Eko, Richardus. (2005). *Strategi manajemen pembelian dan supply chain*. Jakarta: Grasindo.
- Kalakota, Ravi and Robinson, Marcia.(2004). *E-Business 2.0:Roadmap for Success*. Pearson Education, New Jersey.
- Koder, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran. Second Edition*. PT Prenhallindo, Jakarta
- Laudon, Kenneth C, Jane P. (2008). *Management information systems : managing the digital firm. 9th Edition*. Penerbit : Sine Nomine. Publisher : McGraw-Hill Companies.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Russell, Roberta S. and Taylor III, Bernard W.(2003). *Operations Management, 4th edition*. Pearson Education, New Jersey.
- Turban, Efraim, David King, Jae Lee, Dennis Viehland. (2004). *Electronic Commerce : A Managerial Perspective*. Prentice Hall, New Jersey.